



⑬ BUNDESREPUBLIK
DEUTSCHLAND



DEUTSCHES
PATENTAMT

⑫ **Offenlegungsschrift**
⑩ **DE 196 40 338 A 1**

⑤① Int. Cl.⁶:
H 04 N 7/08
H 04 N 5/45

②① Aktenzeichen: 196 40 338.3
②② Anmeldetag: 20. 9. 96
②③ Offenlegungstag: 26. 3. 98

DE 196 40 338 A 1

⑦① Anmelder:
Lohwasser, Kurt, 20148 Hamburg, DE

⑦④ Vertreter:
Uexküll & Stolberg, 22607 Hamburg

⑦② Erfinder:
gleich Anmelder

⑤④ Verfahren zur Wiedergabe von Werbung

⑤⑦ Zur Wiedergabe von Werbung auf dem Bildschirm eines Fernsehgerätes werden vom empfangenen Fernsehsender zeitweise gleichzeitig die Werbung und das reguläre Programm abgestrahlt. Das Programm wird in einem Bereich und die Werbung in einem anderen Bereich des Bildschirms wiedergegeben.

Best Available Copy

DE 196 40 338 A 1

Die folgenden Angaben sind den vom Anmelder eingereichten Unterlagen entnommen

BUNDESDRUCKEREI 01.98 802 013/520

4/23

Die Erfindung bezieht sich auf ein Verfahren zur Wiedergabe von Werbung auf dem Bildschirm eines Fernsehgerätes.

Es ist zur Zeit üblich, die Ausstrahlung des eigentlichen Fernsehprogramms, etwa eines Films, zeitweise zu unterbrechen und während dieser Unterbrechung Werbung auszustrahlen. Es hat sich jedoch gezeigt, daß die Betrachter einer Fernsehsendung häufig auf einen anderen Fernsehkanal umschalten, wenn die Wiedergabe der Werbung beginnt, um erst dann auf den das interessierende Fernsehprogramm ausstrahlenden Fernsehkanal zurückzuschalten, wenn die Ausstrahlung der Werbung beendet oder nahezu beendet ist. Dies führt jedoch dazu, daß die Werbung plzierenden Unternehmen an der Wirksamkeit dieser Werbung zweifeln und nicht mehr bereit sind, den an sich geforderten Betrag für die Ausstrahlung der Werbung zu zahlen.

Es ist Aufgabe der Erfindung, eine Möglichkeit zu schaffen, mit der ein Fernsehsender erreichen kann, daß sein Publikum auch bei der Ausstrahlung von Werbung weiterhin diesen Fernsehkanal eingeschaltet läßt und diese Werbung auch betrachtet.

Zur Lösung dieser Aufgabe werden vom Fernsehsender zeitweise gleichzeitig die Werbung und das reguläre Programm abgestrahlt, und das Programm wird in einen Bereich und die Werbung in einem anderen Bereich des Bildschirms wiedergegeben. Durch diese gleichzeitige Ausstrahlung von Programm und Werbung und die gleichzeitige Wiedergabe auf dem Bildschirm in getrennten Fensterbereichen, also die Benutzung des sogenannten Split-Screen-Verfahrens, wird dem Betrachter weiterhin das ihn interessierende Programm angeboten und parallel dazu auf dem Bildschirm die Werbung wiedergegeben. Auf diese Weise kann der Betrachter nicht mehr bei der Wiedergabe von Werbung auf einen anderen Fernsehkanal umschalten, da er dann einen Teil des ihn interessierenden Programms verpassen würde. Er wird daher praktisch gezwungen, gleichzeitig mit dem ihm interessierenden Programm auch die wiedergegebene Werbung zu betrachten.

Die erfindungsgemäße Art der Wiedergabe ermöglicht es auch auf einfachste Weise, Werbung wiederzugeben, die Beziehung zu dem wiedergegebenen Programm hat (umfeldbezogene Werbung), also beispielsweise bei der Wiedergabe einer Sportveranstaltung, Werbung für entsprechende Sportbekleidung oder Sportgeräte.

Um die Wiedergabe der Werbung für den Benutzer nicht zu abrupt beginnen zu lassen, kann sich der Werbung wiedergebende Bereich des Bildschirms zu Beginn der gleichzeitigen Abstrahlung allmählich bis auf eine vorgegebene Abmessung vergrößern, und bei Annäherung an das Ende der gleichzeitigen Abstrahlung allmählich verkleinern, worauf dann allein das reguläre Programm abgestrahlt wird.

Wenn es sich bei dem Programm um ein solches handelt, bei dem das gesprochene Wort für den Betrachter wichtig ist, kann die gleichzeitig abgestrahlte Werbung ohne Tonsignale abgestrahlt werden, während bei anderen Programmen, etwa der Wiedergabe von Sportveranstaltungen, bei denen die Sprache nicht von entscheidender Bedeutung ist, bei der gleichzeitigen Übertragung das Programm ohne Tonsignale abgestrahlt werden.

Die Erfindung wird im folgenden anhand der Figuren näher erläutert.

Fig. 1 zeigt in schematischer Darstellung einen Fernsehbildschirm zu Beginn der gleichzeitigen Abstrahlung von Programm und Werbung.

Fig. 2 zeigt in einer Darstellung entsprechend Fig. 1 die gleichzeitige Wiedergabe von Programm und Werbung während des größten Teils der gleichzeitigen Abstrahlung.

Auf dem in Fig. 1 schematisch dargestellten Bildschirm eines Fernsehgerätes wird im Bereich P das reguläre Programm wiedergegeben, während im Bereich W Werbung gezeigt ist. Dabei stellt die angedeutete Verteilung von Programm und Werbung auf dem Bildschirm den Anfangszustand einer gleichzeitigen Abstrahlung von Programm und Werbung durch den Fernsehsender dar, d. h. den Übergang von der zunächst alleinigen Abstrahlung von Programm und Wiedergabe auf dem ganzen Bildschirm auf eine gleichzeitige und gemeinsame Abstrahlung von Programm und Werbung.

Während in dem Anfangszustand gemäß Fig. 1 die Werbung nur einen sehr kleinen Teil des Bildschirms füllt, wird der Bereich P, in dem Programm wiedergegeben wird, kontinuierlich verkleinert, bis eine Bereichsgröße erreicht wird, wie sie in Fig. 2 angedeutet ist. In diesem "Endzustand" der gleichzeitigen Wiedergabe von Programm und Werbung füllt die Werbung den größten Teil des Bildschirms aus, jedoch kann der Benutzer weiterhin das gesendete Programm in dem kleineren Bereich P verfolgen. Dabei kann, abhängig von der Art des Programms, entweder eine Tonwiedergabe für die Werbung oder für das Programm erfolgen.

Bei Annäherung an das Ende der gleichzeitigen Ausstrahlung von Werbung und Programm kann der Bereich P des Bildschirms, in dem das Programm wiedergegeben wird, allmählich vergrößert werden, bis wieder die Verteilung entsprechend Fig. 1 erhalten ist. Danach erfolgt dann nur noch eine Abstrahlung des Programms, das dann in üblicher Weise auf dem gesamten Bildschirm erscheint.

Patentansprüche

1. Verfahren zur Wiedergabe von Werbung auf dem Bildschirm eines Fernsehgerätes, dadurch gekennzeichnet, daß vom empfangenen Fernsehsender zeitweise gleichzeitig die Werbung und das reguläre Programm abgestrahlt werden und daß das Programm in einem Bereich (P) und die Werbung in einem anderen Bereich (W) des Bildschirms wiedergegeben wird.

2. Verfahren nach Anspruch 1, dadurch gekennzeichnet, daß sich der Werbung wiedergebende Bereich (W) des Bildschirms zu Beginn der gleichzeitigen Abstrahlung allmählich bis auf eine vorgegebene Abmessung vergrößert und bei Annäherung an das Ende der gleichzeitigen Abstrahlung allmählich verkleinert, worauf dann allein das reguläre Programm abgestrahlt wird.

3. Verfahren nach Anspruch 1 oder 2, dadurch gekennzeichnet, daß die Werbung oder das Programm ohne Tonsignale abgestrahlt wird.

Hierzu 1 Seite(n) Zeichnungen

- Leerseite -

Best Available Copy

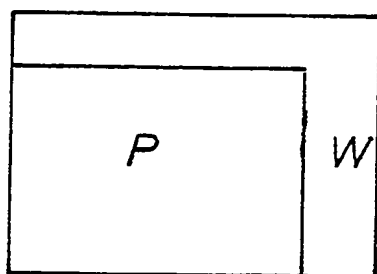


Fig. 1

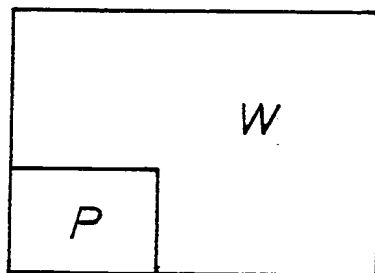


Fig. 2